

Credibilidade dos gêneros de informação pan-jornalística no ciberespaço

Credibility of pan-journalistic
information genders
in cyberspace

Credibilidad de los géneros de
información pan-periodística
en el ciberespacio

CHRIS BENJAMIM NATAL



Australiano radicado no Brasil. Jornalista, mestre e doutorando em Comunicação Social pela Umesp, Universidade Metodista de São Paulo. Psicanalista. Vice-Coordenador de Núcleo de Pesquisas na Intercom e coordenador de três outros grupos de pesquisas científicas. Escritor, colunista, crítico de arte, articulista, mercadologista. Professor de cursos de graduação, especialização e mestrado. Foi coordenador de Comunicação Social nas Faculdades Alves Faria – ALFA, em Goiânia, GO.

Resumo

Este ensaio visa identificar elementos para discutir o problema da credibilidade atualmente encontrado quando do acesso a informações na *world-wide-web*, dada a vanguarda da oferta de informação no suporte virtual, com especial atenção na qualidade da informação disponível e, ainda, conceitos de gêneros de informação, jornalística ou não, que devem ser elaborados ou revistos à luz deste panorama ciberespacial, contendo dados que chamo de pan-jornalísticos, podendo: ser considerados jornalísticos; outros que até o poderiam, se assim o desejassem; outros que não poderiam, mas assim se professam; e até aqueles que, deliberadamente, divulgam informações incorretas, a fins diversos. Pretende-se discutir a qualidade geral das informações em cada um destes gêneros, suas funções professadas e factuais – e se as atingem – dado seus públicos-alvos.

Palavras-chave: Jornalismo *on-line* – Pan-jornalismo – Pseudojornalismo – Para-jornalismo – Antijornalismo – *Newsmaking*; Autor.

Abstract

This essay aims at to identify elements to argue the problem of the credibility currently found in accessing information in the world-wide-web, given the vanguard of information offers in the virtual support, with special attention in the quality of available information and, still, concepts of information genders, journalistic or not, which must be elaborated or reviewed under the light of this cyberspatial panorama, containing data I call pan-journalistic, that can: be considered journalistic; other that could be if thus desired; others that could not, but such are professed, e until those which, deliberately, divulge incorrect information, for diverse reasons. It is intended to argue the general quality of information in each of these genders, its professed and actual functions – and if those are reached – given its target-publics.

Key-words: On-line journalism – Pan-journalism – Pseudo-journalism – Meta-journalism – Anti-journalism – *Newsmaking* – Author.

Resumen

Esta análisis tiene como objetivo identificar elementos para discutir el problema de la credibilidad actualmente encontrado cuando del acceso a informaciones en la *world-wide-web*, dada la vanguardia de la oferta de información en el soporte virtual, con especial atención en la calidad de la información disponible y, no obstante, conceptos de clases de información, periodística o no, que deben ser elaborados o repasados a la luz de este panorama ciberespacial, conteniendo datos que llamo de pan-periodísticos, pudiendo: ser considerados periodísticos; otros que hasta lo podrían si así le deseasen; otros que no podrían, pero se profesan así, e hasta aquellos que, deliberadamente, divulgan informaciones incorrectas, a razones diversas. Se piensa discutir la calidad general de las informaciones en cada una de estas clases, sus funciones profesadas y efectivas, y si las alcanzan, dados sus públicos-blancos.

Palabras-clave: Periodismo *on-line* – Pan-periodismo – Pseudo-periodismo – Meta-periodismo – Antiperiodismo – *Newsmaking* – Autor.

“É mais fácil (exige menos variedade)
operar um sistema
do que descrever (isto é, predizer)
seu funcionamento.”
Isaac Epstein (1973, p. 11)

O campo da informação jornalística no ciberespaço¹ vem sendo discutido pelos teóricos da comunicação desde que a própria Internet é uma realidade acessível à academia, nos últimos anos do século passado. Como, porém, a grossa maneira o tempo das transformações é contado, no caso das acadêmicas, em décadas e, no caso das tecnológicas, em meses, a adequação tende a ser um constante problema, a se radicalizar nos próximos anos. Tal qual a própria legislação, da mesma forma que a moral e costumes, se encontram sempre atrasados, os pesquisadores teóricos optam entre correr atrás da realidade ou, simplesmente, tentar ignorá-la, sendo rotulados de alienados, atrasados e tecnofóbicos². O fato é que a tecnologia se avoluma e

1. Lévy (2001, p. 46-47) o define como a virtualização do computador que, “como suporte de mensagens virtuais já se integrou e quase se dissolveu no ciberespaço, essa turbulenta zona de trânsito para signos vetorizados”. Mais adiante, o autor prega que a “a informática contemporânea – soft e hardware – desconstrói o computador para dar lugar a um espaço de comunicação navegável e transparente centrado nos fluxos de informação”. Também é digna de nota a definição de Dizard Jr. (2000, p. 284) para o ciberespaço: “Ambiente artificial gerado pelo computador projetado para maximizar a liberdade de movimento e a imaginação do usuário. O termo foi cunhado por William Gibson, em seu romance fantástico *Neuromancer*”.

2. Conceito (de significado óbvio) este, aliás, que já é uma adaptação à atualidade de alguns campos da psicologia.

faz presente a reboque de despeitos e, enquanto muitos jornalistas tradicionais ainda resistem em se adaptar em qualquer nível, outros tantos se dedicam a criticar as transformações que vêm ocorrendo mais notadamente na última década ou, no máximo, nos últimos 15 anos, sem grande aprofundamento.

Não se pode chamar de farto o material encontrável para embasar pesquisas nesta área, uma vez que o próprio processo de impressão de um livro, por exemplo, é de tal forma moroso aos padrões atuais, que grandes transformações se dão (ao menos para a ainda pequena parcela da população com possibilidades reais de conexão, especialmente no caso de países subdesenvolvidos) antes que grandes projetos de reflexão possam ser levados a cabo.

Assim, o pesquisador não tem grandes escolhas a não ser buscar, na literatura, uma hermenêutica da análise, levando ele próprio as teorias aos novos degraus de percepção midiática à sua volta. Assim, os livros acerca de cibernética, ciência ainda notadamente desconhecida à academia – mormente, é desafortunado dizer, entre os cientistas de humanidades, cegos à sua utilidade no diálogo com os adeptos das “ciências duras” – fechando os olhos para as necessidades do futuro, que aponta para a convergência da provisão de conteúdo com a própria técnica de elaboração de seu suporte virtual. Em Comunicação Social, este nosso eterno pleonismo, os cursos superiores, sempre em seu moroso processo, começam a acordar para a tendência. Neste sentido, a Universidade Metodista de São Paulo, sede brasileira da Cátedra Unesco de Comunicação, pode ser citada como exemplo a ser seguido. Iniciativas como o Núcleo de Comunicação e Tecnologia (ComTec), sediado na instituição, são fortes sintomas, assim como a presença, nesta mesma Umesp, da habilitação de Mídias Digitais no curso de graduação, além de um curso de especialização em criação de vídeos e a presença, nos programas de mestrado e doutorado da área, de seu diretor, Sebastião Squirra, autor do paradigmático *Jornalismo online* (1998), que ministra a disciplina de Cibercomunicação e coordena o ComTec. Registre-se ainda, no mesmo programa, Isaac Epstein, engenheiro mestre e doutor em filosofia da ciência, autor de

vários livros na área da Cibernética e Teoria da Informação (1973, 1986, 2003).

Nesse espírito de contribuir com dados para o aprofundamento da questão, esta breve pesquisa pretende verificar a situação da informação na Internet hoje, refletindo sobre as transformações sofridas pelo jornalismo nestes últimos anos, sua “invasão leiga”, o problema de sua conceituação e, principalmente, como se dá a questão da credibilidade dos dados apresentados.

Breve evolução da identidade do jornalismo na rede

Entre os anos de 1995 e 1996, o jornalismo digital explodiu na rede, segundo nos garante Muller (2005, p. 4). Até o presente momento, no entanto, as previsões apocalípticas acerca da extinção do jornal impresso não se confirmaram; pelo contrário. Apesar das tiragens estarem caindo, o que não se pode ainda julgar ser um fenômeno acelerado pela Internet ou simples tendência, os periódicos jornalísticos se estabeleceram na rede, na maior parte das vezes com seus conteúdos integrais que, inicialmente, eram gratuitos mas, aos poucos, têm se fechado para assinantes.

John Pavlick, da Universidade de Columbia, classificou os jornais digitais em três estágios, sendo o primeiro a mera transposição do impresso para a *web*; no segundo, além da transposição do conteúdo, mais alguns produtos diferenciados do jornal de papel são oferecidos. Já o terceiro é um produto totalmente exclusivo que, por seus recursos, não poderia estar em outro meio.

No futuro, as empresas terão que abandonar o modelo de simplesmente transpor conteúdos:

Denise Caruso, uma das estrelas da revista (sic) *Wired*, avalia que, para uma grande empresa de mídia e entretenimento galgar posições no próximo século³, terá que cumprir cinco requisitos: primeiro, conhecer a fundo áreas de interface homem-computador, interatividade e computação gráfica; segundo, projetar e

3. No caso, o atual, XXI.

implementar cenários virtuais, usando tecnologias de domínio próprio; terceiro, fazer alianças com empresas setoriais e fabricantes de hardware e software; quarto, acumular competências para sair na frente dos competidores, na maioria das atividades a seu alcance; quinto e maior desafio, investir grande volume de capital em prazos relativamente curtos (MORAES, 1998, p. 155).

Já no Brasil, o primeiro grande periódico a se disponibilizar integralmente na Internet foi o Jornal do Brasil, tendo ido ao ar em 28 de maio de 1995. Menos de um mês depois, o Zero Hora, de Porto Alegre, fez o mesmo. O maior acontecimento da Internet brasileira naquele ano foi, sem dúvida, o advento do provedor Universo On-Line, o UOL, surgido em uma *joint-venture* liderada pelos grupos Abril e Folha, e desde então o maior do país.

Quando se trata da história do jornalismo na Internet, sem dúvida pode-se estabelecer como divisor de águas a brutal queda no índice Nasdaq, da Bolsa de Valores de Wall Street, em Nova Iorque, que regula as ações das empresas de capital aberto da “nova tecnologia”, ocorrido no ano 2000, e que foi seguido por igual fenômeno nas bolsas do mundo inteiro, especialmente nas chamadas “ponto com”. Quanto a isso, vejamos trechos de uma entrevista com a coordenadora do Núcleo de Jornalismo, Mercado e Tecnologia da Universidade de São Paulo, Professora Beth Saad:

Até aquele momento o jornalismo digital no Brasil ‘teve momentos de algum brilho’, com a consolidação dos portais de notícias e o uso da web pelas mídias tradicionais como forma de completar e aprofundar o conteúdo. No entanto, diz ela, após a crise da bolha, ocorreu no Brasil, ‘uma certa involução das conquistas das formas narrativas, do desenvolvimento de conteúdos específicos e da formação de equipes’. Para a professora Beth Saad, os sites brasileiros têm pouca informação produzida só para a web e ‘uma profusão de notícias dos fluxos noticiosos robotizados das agências de notícias globais’. Ela avalia que este método de trabalho resulta ‘num empilhamento de informações sem cuidado com a arquitetura, o design e a usabilidade do site’ (GALVÃO, 2005).

Esse momento, portanto, é creditado como coincidente ao ponto em que os conteúdos on-line de veículos jornalísticos consolidados passaram a ser marcadamente mais diferenciados, criando lentamente sua própria linguagem, que até ali não encontrava sua identidade (e, até certo ponto, não a encontra ainda hoje) entre o texto impresso e aquele para outros formatos, como o telejornal.

A idéia de se criar um veículo “informativo” pessoal na internet, embrião do blog e mesmo do blog jornalístico, provavelmente pode ser atribuída a Nicholas Negroponte, senão vejamos em Quadros (2002, p. 5):

Nicholas Negroponte, diretor do MIT, por exemplo, pode até ser criticado por suas idéias sobre o fim do jornal impresso, mas é impossível retirar o mérito dele por algumas de suas criações que serviriam de modelo para muitos *sites*. Nicholas Negroponte criou o jornal personalizado batizado de *Daily Me*. A concepção do diário como oferta de serviços dirigidos a um indivíduo continua contribuindo para os estudos desenvolvidos na área, apesar da experiência nunca ter obtido uma circulação massiva. (...) Além de criar uma nova proposta para fazer jornalismo, o *Daily Me* demonstrou a necessidade de preparar jornalistas para a internet.

Segundo sua visão de que “horário nobre é o meu”, uma hermenêutica de Negroponte explicaria a razão pela qual a notícia verbo-icônica, ou seja, aquela composta por palavras e ilustrações/fotos faria mais sentido se constantemente alimentada, caso do suporte virtual, do que no papel, onde está indelevelmente impressa, na era que ele chama de baseada em uma pós-informação.

Na era da informação, os meios de comunicação de massa tornaram-se simultaneamente maiores e menores. Novas formas de transmissão (...) atingiram públicos maiores, ampliando ainda mais a difusão. Revistas especializadas, videocassetes e serviços por cabo deram-nos exemplos de *narrowcasting*, atendendo a grupos demográficos pequenos. (...) Na era da pós-informação, o

público que se tem é, com frequência, composto de uma única pessoa. Tudo é feito por encomenda, e a informação é extremamente personalizada. Uma teoria amplamente difundida afirma que a individualização é a extrapolação no *narrowcasting* – parte-se de um grupo grande para um grupo pequeno; depois, para um grupo menor ainda; por fim, chega-se ao indivíduo (NEGROPONTE, 1995, p. 157-158).

Alguns conceitos

Ao passo em que não é relativamente tão difícil apresentar conceitos dos meios de comunicação, por serem eles suportes cujos técnicos podem fazê-lo a qualquer momento simplesmente descrevendo sua tecnologia e possibilidades, considerar sobre a definição de linguagens que habitam a virtualidade é tão difícil como sempre foi definir as formas de comunicação tradicional desde Saussure. Conceituar o jornalismo hoje, especialmente o que seria jornalismo na rede, é uma tarefa algo ingrata, ao menos a pesquisadores sérios. Como se não bastassem as inúmeras definições, algumas das quais nebulosas e conflitantes, há ainda aqueles autores que se dedicam a definições teóricas mais concretas, assim enumerando vários modelos possíveis, sem medo do paradoxo Kuhniano de se ter paradigmas simultâneos e concorrentes⁴.

Não obstante, dada a importância da discussão, um esboço será, aqui, desenhado. Cabe ressaltar, porém e *a priori*, que se trata de um esforço iluminista pedagógico, mas que as definições aqui dadas não esgotam de forma alguma esta discussão, antes, pretendem fomentá-la. Outro ponto importante é de que esta somente pretende discutir *jornalisticamente* a Internet, não obrigatoriamente se propondo a ter validade em outros gêneros e conteúdos.

Para efeito de classificar os gêneros da informação na rede ao ponto em que nos importa, cabe aprofundar a definição de Pavlick, supracitada, acerca dos níveis de jornalismo na *net*.

4. A respeito, pode-se ter uma visão de vários países ao se ver, por exemplo, o norte-americano Hachten (1996), o espanhol McQuail (1991) e os brasileiros Rossi (1980) e Sousa (2002).

Pretende-se, assim, declarar que o jornalismo atualmente caminha em fronteiras intercomunicantes com outras ciências e campos do saber. Não se pode, assim, falar de jornalismo puro, e sim de pan-jornalismo. Classifica-se-lhe assim em: jornalismo (compreendido como o académico, ortodoxo), não-jornalismo, pseudo-jornalismo, meta-jornalismo e anti-jornalismo. Vejamos, pois, que características os diferenciam.

Primeiramente, o jornalismo on-line. Este, já muito bem definido por Squirra (1998), varia desde a transposição das notícias escritas ou verboicônicas para a rede até a exploração de vídeo e áudio, animação, interatividade e hipertextualidade ao máximo. O que nos importa, no entanto, é o conteúdo. Este, independente da definição académica, continua a ser avaliado pelos mesmos padrões tradicionais de parcialidade, subjetividade, ética. Da mesma forma, o *não-jornalismo* continua sendo composto por uma infinidade de gêneros de informação e entretenimento.

O *pseudo-jornalismo* é a forma de se relatar acontecimentos fictícios como se fossem reais, se utilizando, para tanto, da linguagem jornalística para obter efeitos não só sintáticos, como pragmáticos, sem deixar seu carácter ficcional. Não se trata, portanto, de jornalismo, pois neste as situações factuais não podem ser misturadas a discurso publicitário, ou perde sua característica primordial.

Os sub-gêneros de meta-jornalismo e o anti-jornalismo – que também se utilizam de linguagem jornalística ou muito aproximada a esta – igualmente já existiam antes da Internet, mas estão se propagando com a popularização da mesma, o que traz conseqüências, muitas vezes problemáticas, para o jornalismo em si, segundo veremos.

Assim, o *anti-jornalismo* é a atividade de se produzir conteúdo de notícias falsas, de carácter pragmático, no intuito de desinformar, ou seja, tratar informações inverídicas como se fossem factuais e provocar confusão de forma proposital. O melhor exemplo, no Brasil, é o site *Cocadaboa* (MARTINS, 1998), mais especificamente sua seção sugestivamente chamada *CNN*, ou *Cocada News Network*, que tem mais de 200 mil

acessos ao dia. Nesta seção, notícias muito bem redigidas, com linguagem estritamente jornalística e “fatos” sempre dentro do limite da verossimilhança, bobagens são reportadas como realidade, e os visitantes do site se encarregam de distribuí-las por e-mail e aos jornalistas como se fossem reais. Desta forma, muitos dentre os grandes, que deixam assim patente a sua falta de verificação das fontes, já foram enganados. Dentre esses, estão famosos programas de televisão, jornais de porte nacional, sites noticiosos (portanto, não somente veículos online). O caso já gerou até mesmo reflexão no Observatório da Imprensa Nacional, e o site mantém uma lista dos que, em suas palavras, são os “patos do Cocadaboa”. Tendo começado como uma brincadeira universitária, mas hoje muito lucrativo via anúncios e venda de material promocional, o site é muito conhecido entre os jovens websurfistas.

Por último, a definição mais nebulosa fica por conta do *meta-jornalismo*. Este gênero informativo se utiliza de parte da linguagem e da técnica jornalística, mas não se define entre pertencer ao gênero ou não, ou declara pertencer, mas não o faz. Assim, as biografias, por exemplo, estão entre o jornalismo e a história. Hoje há até mesmo jornalismo em quadrinhos. Muitos periódicos empresariais transitam no perigoso limite entre jornalismo e publicidade. Outros, muito pior, não declaram atender ao interesse de determinado indivíduo ou grupo privado ou ideológico, mas o fazem. Nada disso é exclusividade da Internet.

Já os chamados *blogs*, que na verdade são gêneros de forma e não conteúdo, são em grande medida utilizados com funções pára-jornalísticas e mesmo jornalísticas de fato, como é o caso da maioria daqueles que pertencem a nomes conhecidos no ramo (grande parte dos jornalistas, é fato, hoje mantém um blog, muitas vezes incentivado pela própria empresa onde trabalha e no site ou portal dessa alocado).

Blog é a abreviação oriunda da junção das palavras *web log*, pronunciadas juntas; para Ferrari (2003, p. 96), trata-se, inicialmente, de um diário on-line. A autora cita o ano de 2002 como a data em que estes sites de tipo específico se popularizam “e começam a ditar um novo estilo de escrita e expressão lin-

güística. De renomados jornalistas norte-americanos a blogs cheios de humor, todos convivem lado-a-lado na rede” (p. 114). Veremos mais sobre o assunto no tópico seguinte.

Considerações sobre a credibilidade, teorias e métodos jornalísticos relevantes

Com relação à questão da credibilidade, terá ela se alterado com o hábito da Internet? Parece ferir a lógica pensar que sim, pois se há meta-jornalismo na Internet, o mesmo se dá fora dessa. Quando o “leitor” que já está acostumado com o jornalismo fora da rede, além de acessar a sites jornalísticos em busca de informações, e não mero entretenimento, também o faz com os meta-jornalísticos, certamente se baliza pela credibilidade das fontes e a confiabilidade dos nomes que o fazem, o que é conquistado lentamente. No tempo em que a comunicação de massa era novidade, por certo tudo o que estava registrado adquiria uma maior solenidade. Até o presente momento, ou muito recentemente, a credibilidade é/era dada pela abrangência do meio, ou seja, quanto mais pessoas atinge, quanto mais tempo permanece “no ar”, de maior credibilidade goza o veículo. A saturação de mídia, no entanto, assim como a facilidade de sua produção, tem provocado efeito contrário naqueles que se expõem mais a ela: estes tendem a desconfiar cada vez mais das informações que obtêm. Há, assim, motivos para acreditar que a interatividade pode aumentar o espírito crítico, embora, ao mesmo tempo, traga consigo um efeito colateral de tornar as notícias menos profundas.

Não só academicamente, portanto, mas em todos os níveis, a credibilidade da Internet, por ser meio relativamente novo, ainda é um problema a ser enfrentado. De fato, o ciberespaço parece trazer uma maior subjetividade inerente a si:

Foi uma questão que preocupou até o fim o psicanalista Félix Guattari, morto em 1992. Ele pensava que as máquinas tecnológicas de informação e comunicação, da informática à robótica, passando pela mídia, operam ‘no centro da subjetividade humana, não só em suas memórias, em sua inteligência, mas também em sua

sensibilidade, em seus afetos e em seu inconsciente'. (...) Militava por uma reapropriação e uma ressingularização da utilização das máquinas de comunicar, numa perspectiva de experimentação social, de 'constituição de complexos de subjetivação: indivíduo-grupo-máquina-trocas múltiplas'. (...) É a possibilidade dessa utilização 'para fins convenientes' que é contestada por pensadores como Paul Virilo, Gianni Vattino ou Jean Baudrillard (MATTELART & MATTELART, 2001, p. 179-180).

A própria organização da vida social, de fato, pode estar sendo afetada pelas novas tecnologias de informação e comunicação.

Um exemplo são as redes midiáticas, que estão afetando nossa forma de ver o mundo, de viver e de com-viver. No entanto, qualquer análise que se faça sobre o tema é incompleta e suspeita, à medida que estamos no meio de tais inovações, atuando como seus atores ou mesmo autores. Ainda assim é urgente compreender – sob o risco de nos isolarmos pelo espanto ou medo – as características, impactos e desdobramentos das novas tecnologias e, nesse caso, especificamente das redes midiáticas. Evidentemente, estamos falando de um conhecimento crítico, suficientemente perspicaz para perceber não apenas as benesses mas, também, as contradições e falsas promessas do que se convencionou chamar de “Sociedade do Conhecimento” ou “Era da Informação” (RABELO, 2005, p. 157).

Todos os sistemas digitais parecem ser regidos pela mesma tendência à bolha antes da efetiva homeostase⁵. Assim, os blogs estão no fim de sua fase de deslumbre, após o qual devem se estabilizar como ferramenta auxiliar ao jornalismo, entre outras funções. A informação jornalística, e aqui se menciona na questão do conteúdo, e não do suporte, é organizada mais de acordo com o Universo Classificador, que é menos humano e mais exato, ao passo em que nos blogs esta se dá mais nos universos Relacional e Relevante, destaque para este último⁶, ao passo em que este presente estudo, por seu caráter de pesquisa

5. No conceito de Moles (1973, p. 115).

6. Todos no conceito de Maruyama (1973, p. 150).

mais monográfica do que ensaística, também pode ser localizado como estando presente de forma mais fortemente sentida no Universo Classificador.

Segundo Ethevaldo Siqueira (2004, p. 300), nas últimas décadas, os cientistas têm se debruçado de forma perene sobre o problema da humanização da tecnologia. Cada vez mais, a máquina deve se adaptar ao usuário (ser mais *user-friendly*), e não o contrário. “A cultura não está nos bits”, certifica o autor, e continua: “O importante não é discutir os pormenores do funcionamento dos bits, mas mergulhar ainda mais fundo no significado da informação e do conhecimento”. Citando Yoneji Masuda, Siqueira conclui, em seguida, que o termo mais adequado para esta nossa nova era seria Sociedade do Conhecimento, e não da Informação. Anteriormente, o próprio Masuda havia trabalhado com a transição dos conceitos, e chegou a ter um livro publicado no Brasil com o nome Sociedade da Informação (1982). Neste, ele contextualiza um plano, cujo objetivo “é a realização de uma sociedade, que leve a um estado geral de florescimento da criatividade intelectual humana, ao invés de um abundante consumo material” (p. 19). Assim, ao que parece, o blog obedece a esta função de humanização.

Todos os sites podem, se quiserem, ter acesso garantido a feedback⁷, embora este não seja representativo, uma vez que não é uma pesquisa impingida, e sim mera consulta respondida espontaneamente, mas de reconhecível valor sintomático. Os blogs, no entanto, radicalizam esta tendência, por permitirem acréscimo de comentários a todas as suas entradas (ou *posts*) de texto, grafismos ou iconografismos, livremente, embora em sua quase totalidade o autor primário do mesmo tenha controle sobre estes comentários, podendo, a princípio, eliminá-los ou até mesmo forjá-los livremente. De fato, não se pode dizer que haja, aqui, diferença, em termos de controle, das seções de correspondências dos periódicos impressos.

Outro dos grandes problemas da modernidade é a ansiedade de informação: se todos a têm, todos precisam tê-la. “Uma

7 No conceito de Epstein (1973, p. 23).

edição de dia de semana do New York Times contém mais informações do que tudo aquilo que um homem médio do século XV ficou sabendo em toda a sua vida” (LEWIS citado por SERVA, 2000, p. 76).

Em um ano, o americano médio terá lido ou preenchido três mil avisos e formulários, lido 100 jornais e 36 revistas, assistido a 2.463 horas de televisão, ouvido 730 horas de rádio, comprado 20 discos, falado ao telefone quase 61 horas, lido três livros e gasto incontáveis horas trocando informações em conversas (WURMAN, 1997, p. 36-37).

Esse conjunto de informações provoca uma espécie de paroxismo da desinformação-informada e da deformação, no qual milhares de informações diariamente se sobrepõem umas às outras no suporte da comunicação, no meio em si e também ou mais gravemente na mente do receptor, em sua compreensão do mundo.

Trata-se de uma saturação. (...) O termo tem sido usado de forma regular na imprensa, ao lado de ‘explosão de informações’, ‘excesso de informações’, ‘explosão de notícias’ ou ‘poluição de dados’, sempre significando uma alta quantidade de informações – a conotação negativa surge como resultado da quantidade ou da falta de hierarquia entre as muitas informações, como na declaração de Andrew Heyward, presidente da emissora CBS News: ‘Nós parecemos ter perdido o senso de proporção’ (SERVA, 2000, p. 77).

Na sociedade democrática, não é possível retirar do receptor o poder de emissão, de produção de voz, por decreto, como em regimes autoritários. Então, esse processo é feito por meio de uma saturação dos canais de emissão (SERVA, 2000, p. 81).

Ferrari (2003, p. 79-80) lembra que a necessidade pela velocidade da notícia na Internet traz consigo uma maior falta de apuração e cuidado jornalísticos do que o mercado já vê: “Coberturas irresponsáveis, falta de checagem das informações que serão veiculadas na Web e uma infinidade de outros erros primários são cometidos diariamente na imprensa digital brasileira”. A autora lembra de casos em que o então candidato

à Presidência, José Serra, foi noticiado na Agência Estado como tendo visitado a capital tocaninense Palmas, quando a viagem havia sido cancelada. Simplesmente, a notícia havia sido redigida antes do fato acontecer, e entrou no ar de qualquer forma, em um dos maiores sites noticiosos, o do Jornal Estado de S. Paulo. Da mesma forma, o colunista Zuenir Ventura reclama já ter sido dado como morto em uma situação vexatória, uma vez que o mesmo é facilmente encontrável, ou mesmo seu filho, que trabalha na redação do Jornal do Brasil, fatos que, em teoria, tornariam a questão facilmente verificável. “Eu chamei muita atenção para isso na época. Foi uma lição. Adianta achar que o furo é valor absoluto e supremo do jornalismo? Não é! O melhor furo é a qualidade”.

No capítulo *Os meios de comunicação de massa desmassificados*, Alvin Toffler (2001, p. 164-173) radicaliza uma das questões centrais de sua obra *A terceira onda*, ao demonstrar que a segmentação forte pela qual estamos passando nos está levando ao ponto de saturação, onde menos pessoas se comunicam com menos pessoas, e as maiores audiências caem, tendendo a uma maior homogeneidade da divisão do poder midiático. Logo em seguida, defende a polêmica questão de que este processo também traria a desmassificação de nossas mentes.

Castells (2002, p. 354) não tem dúvida ao afirmar que o computador conectado é o sistema de comunicação que está conjugando a todos os outros, ou seja, que passamos a ter várias mídias em um só suporte, e que a potencial interatividade deste mudará para sempre nossa cultura. Mas ele também não se arrisca a esboçar as tendências dessa mudança, e seus efeitos sem, para ele, cair no excesso de futurologia. O mesmo Castells (p. 364) cita a leitura que Françoise Sabbah já fazia do assunto em 1985, cuidando da segmentação da audiência, deixando esta de poder ser considerada massificada no sentido de homogênea e atingida por uma mensagem limitada. O espectador interage com sua seleção dentre a farta oferta, e assim individualizando o relacionamento emissor-receptor.

Don Tapscott, em seu *growing up digital* (1998, p. 25), cita os termos *screenagers*, que funde a palavra *screen* (tela) com *teenagers*

(adolescentes) e *couch potatoes* (literalmente, “batatas de sofá”), utilizados pelos norte-americanos para definir, respectivamente, os jovens viciados em computador e televisão (o primeiro termo é mais abrangente). Assim, demonstra o que para ele é uma visão cínica da humanidade por parte dos críticos sociais, pregando que “através da supervia da informação, a informação está se tornando uma nova forma de lixo – e com computadores e televisão nós estamos ‘nos divertindo até a morte’”⁸. Estes críticos, segundo Tapscott, ignoram a experiência de tecnologias interativas. “Infelizmente para estes comentaristas e felizmente para os jovens, as semelhanças entre as duas tecnologias param na tela”. Para o autor, os meios se diferenciam radicalmente, ao menos até o momento e com a continuidade de suas separações, principalmente pela questão da interatividade e curiosidade despertada.

Thompson (2002, p. 77) parece concordar com o ponto de vista da interação, e prega que isso se dá em novas formas:

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, a interação se dissocia do ambiente físico, de tal maneira que os indivíduos podem interagir uns com os outros ainda que não partilhem do mesmo ambiente espaço-temporal. O uso dos meios de comunicação proporciona assim novas formas de interação que se estendem no espaço (e talvez também no tempo), e que oferecem um leque de características que as diferenciam das interações face a face.

Ainda:

A transferência semântica de um meio para outro não só limitava o potencial de uso do meio como perpetuava uma relação de dependência arbitrária de uma forma de se organizar um documento definida *a priori* pelo autor. (...) Esta relação seqüencial e linear de organização do texto pertencia ao paradigma anterior ao advento do computador, e o ideal seria encontrar uma forma de libertar-se desta semântica, através do desenvolvimento de uma

8. Tradução do autor deste.

abordagem que permitisse a combinação e redistribuição da informação escrita na mídia eletrônica, que seria apresentada na tela do computador como página ou cartão, de forma parcial (bloqueada) ou fragmentada, tendo cada idéia uma interdependência que permitisse recombinações conforme o interesse de cada leitor (LIMA, 2000, p. 47-48).

Considerações finais

Se não há como fugir da ansiedade causada pela – aparente, não factual – necessidade da omni-informação, os jornalistas (*gatekeepers*, selecionadores de notícias) tornam-se mais relevantes. A aparente solução teórica para o problema é o que a lógica já aponta: a desistência de se saber tudo o que se deseja saber, e continuar hipotecando credibilidade às fontes mais tradicionais, que a conquistem as novas. O que se deve trabalhar é na maior habilidade de localização das informações. O novo cérebro não deve ser uma mega-biblioteca, e sim um sistema contendo uma biblioteca *razoável* e, principalmente, engrandecido *knowhow*⁹, qual seja, a capacidade de processamento e indexação de informações. Em outras palavras, com a facilitação da acessibilidade entremeadada pela imensidão de informações livremente circuladas, não é mais necessário manter em si grande quantidade de conhecimentos, e sim saber onde e como encontrá-los o mais rápido possível, além de sua relação com outras classes de informação. Enquanto a engenharia computacional muitas vezes busca espelhar o funcionamento do cérebro, este, por sua vez, refletido naquele, vê o alvo que deve almejar. Ao passo em que o funcionamento cerebral se assemelha mais ao de um computador, a cultura continua residindo no mesmo local de sempre. Só o acesso a seus simulacros é que pode ser considerado mais prático.

As ciências cognitivas (...) tiveram continuidade, a partir da segunda metade dos anos 50, com a hipótese cognitivista segundo a qual a inteligência (incluindo a humana) de tal modo se assemelha a um computador, que a cognição pode ser definida pela *computação* de representações simbólicas, os símbolos já definidos

9. Ou, como preferem os franceses, *savoir-faire*.

como ‘elementos que representam aquilo a que correspondem’. A inteligência artificial (IA) será sua projeção literal. No centro da hipótese cognitivista, está a noção de *representação*. Ela induz uma maneira de compreender o funcionamento do cérebro como dispositivo de tratamento da informação, que reage de maneira seletiva ao meio, à informação proveniente do mundo exterior. A IA pensa a organização como um sistema aberto em constante interação com esse meio, com *inputs* e *outputs* (MATTELART & MATTELART, 2001, p. 162-163).

Referências bibliográficas

- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede* (A era da informação: economia, sociedade e cultura, v. I). Tradução: Roneide Venancio Majer, com colaboração de Klauss Brandini Gerhardt, atualização para a 6. ed. de Jussara Simões. São Paulo: Paz e Terra (6. ed. revista e ampliada), 2002.
- DIZARD Jr, Wilson. *A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação*. Tradução de Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- EPSTEIN, Isaac. *Cibernética*. São Paulo: Ática, 1986.
- _____. (org). *Cibernética e comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1973.
- _____. *Teoria da informação*. São Paulo: Ática (Princípios, 2. ed), 2003.
- FERRARI, Pollyana. *Jornalismo digital*. São Paulo: Contexto (Comunicação), 2003.
- GALVÃO, Fábio. Evolução e “involução” do jornalismo digital. In: *10 anos de jornalismo online*. São Paulo: Estadão.com.br, [s.d]. Disponível na internet em <http://www.estadao.com.br/especial/10anos/artigos_2.htm>. Acesso em: 1 maio 2005.
- HACHTEN, W.A. *The world news prism – changing media of international communication*. Ames: Iowa State University (4. ed.), 1996.
- LÉVY, Pierre. *O que é virtual?* Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Ed. 34 (4ª ed), 2001.
- LIMA, Frederico O. *A sociedade digital: impacto da tecnologia na sociedade, na cultura, na educação e nas organizações*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.
- MARTINS, Wagner; et al. CNN – Cocada news network. In: *Cocadaboa*. Rio de

Janeiro, 1998. Disponível via web em <<http://www.cocadaboa.com>>. Acesso em: 1 jun. 2005.

MARUYAMA, Magoroh. Metaorganização da informação – informação no Universo Classificador, no Universo Relacional e no Universo Relevante. In: EPSTEIN, Isaac. *Cibernética e Comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1973, p. 150 a 164).

MASUDA, Yoneji. *A sociedade da informação* como sociedade pós-industrial. WEBER, Kival C.; MELIM, Angela (trad.). Rio de Janeiro: Rio, 1982.

MATTELART, Armand. *História da sociedade da informação*. São Paulo: Loyola, 2002.

MATTELLART, Armand & Michelle. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2001.

McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. PIGNATARI, Décio (trad.). São Paulo: Cultrix, 12. ed., 2002.

McQUAIL, D. *Introducción a la teoria de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós (2. ed. rev. amp.), 1991.

MOLES, A. Cibernética e ação. In: EPSTEIN, Isaac. *Cibernética e Comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1973, p. 83 a 128.

MORAES, Dênis de. *Planeta mídia – tendências da comunicação na era global*. Campo Grande: Letra Livre, 1998.

MÜLLER, Daniela. *As semelhanças e diferenças entre o jornalismo impresso e on-line*. Florianópolis: Rede Alencar de Carvalho / UFSC, 2005. Disponível na internet em <<http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd3/jornal/daniellamuller.doc>>. Acesso em: 1 de maio 2005.

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

QUADROS, Cláudia Irene de. Uma Breve história do jornalismo *on-line*. In: XXV Congresso Nacional da Sociedade Brasileira de Pesquisas Interdisciplinares em Comunicação. Salvador: Intercom, 2002. Anais eletrônicos. Disponível na Internet em: <<http://www.intercom.org.br/papers/xxv-ci/np02/NP2QUADROS.pdf>>. Acesso em: 1 maio 2005.

OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. *Introdução à Cibernética*. Macapá: Seama, 2002. Disponível via Internet: <<http://www.seama.com.br/C61PUBCIB.htm>>. Acesso em: 7 ago. 2002.

RABELO, Desirée Cipriano. As novas redes e as antigas questões não resolvidas. In: MARQUES, José Marques de; et al. (orgs). *Sociedade do conhecimento: aportes latino-americanos*. São Bernardo do Campo: Universidade

- Metodista de São Paulo (Anais da Escola Latino-Americana de Comunicação, 8), 2005, p. 157-164.
- ROSSI, Clóvis. *O que é jornalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1980 (Primeiros Passos, 15).
- SERVA, Leão. *Jornalismo e desinformação*. São Paulo: Senac, 2001.
- SIMONE, José Fernando; MONTEIRO, Mariana. *Jornalismo online – o futuro da informação*. Rio de Janeiro: Webmeio/Grafline, 2001.
- SIQUEIRA, Ethevaldo. *2015 – como viveremos*. São Paulo: Saraiva, 2004.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Chapecó: Argos, 2002.
- SQUIRRA, Sebastião. *Jornalismo online*. São Paulo: Arte & Ciência, 1998.
- TAPSCOTT, Don. *Growing up digital – the rise of the net generation*. New York: McGraw-Hill, 1996.
- TOFFLER, Alvin. *A terceira onda – a morte do industrialismo e o nascimento de uma nova civilização*. TÁVORA, João de (trad.). Rio de Janeiro: Record (25. ed), 2001.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia*. BRANDÃO, Wagner de Oliveira (trad.); AVRITZER, Leonardo (rev.). 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- WIENER, Norbert. *Cibernética e sociedade – O uso humano dos seres humanos*. PAES, José Paulo (trad.) São Paulo: Cultrix, 1968.
- _____. WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. 4. ed. Lisboa: Presença, 1995.
- WURMAN, R. S. *Ansiedade de informação*. São Paulo: Cultura, 1997.